

[ JORDI BOSCH, PRESIDENTE ANFAAC ]

# “La base para una vida saludable de la mascota es una alimentación adecuada”



*Anfaac, la única patronal española del sector de alimentación para mascotas, se fundó en 1980. Agrupa todo tipo de empresas. Los 14 fabricantes que son socios suponen el 80% de lo que es el sector de 'pet food'. La de la tenencia responsable es una parte muy importante de su actividad, por lo que difunde los beneficios de la alimentación preparada.*

**L**a Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para Animales de Compañía (Anfaac) tiene en su seno a 14 fabricantes representados. **Jordi Bosch**, su presidente, explica que cuentan con doce fábricas en nuestro país. “Es un sector que, aunque importa de otros lugares, produce mucho en España. Y también exporta mucho. En promedio, un 40% de lo que se produce en España es para exportar a otros paí-

ses”, señala. Por eso, “la asociación tiene un rol muy importante a la hora de abrir nuevos mercados”.

“Todo el sector de ‘pet food’ está representado en Anfaac, porque dentro de estas 14 empresas las hay grandes, las hay pequeñas, las hay medianas, las hay que están especializadas en el canal especializado, las hay que fabrican todo tipo de productos para todo tipo de canales, las hay que están especializadas en fabrica-

ción de marcas para la distribución”, describe. Lo que tienen en común es la fabricación de *pet food*.

Bosch expone que la razón de ser de Anfaac es “promover el poner a disposición de los dueños de mascotas, y al final de las mascotas, una alimentación que sea segura, de calidad, variada y apetecible”. Esto es importante para que la vida de las mascotas sea lo más larga y saludable posible.

### Tres niveles de actuación

¿Qué hace para llevar esto a la práctica? Anfaac actúa en tres niveles. Uno es la parte más técnica. Todos los asociados participan de una manera activa en la asociación. Hay un comité técnico en el que hay especialistas de las diferentes empresas. Trabajan muy de la mano de la Administración en lo que es desarrollo, difusión e implantación de legislación y autorregulación. “Hablamos de legislación europea. Además de la legislación, es muy importante la autorregulación, ya que la legislación no lo puede cubrir todo. Muy de la mano a nivel europeo y de la Administración, trabajamos mucho en autorregulación”, matiza Bosch. Tienen códigos específicos de nutrición, de comunicación, de etiquetado, etcétera. “La asociación hace esta labor y apoya a los asociados en este campo”, insiste.

Preguntado por los cambios legislativos que pedirían a la Administración; destaca que llevan muchos años trabajando, no sólo a nivel de España, sino también a nivel europeo, muy de la mano de la Administración. “No hay nada especial que digamos que necesita un cambio. Los estándares son muy elevados. Eso nos obliga a todos como fabricantes a cumplirlos. Es bueno que sea así. Lo que pedimos es ir adaptando la legislación”, manifiesta. Añade que, como todos los sectores, éste va cambiando mucho y que, en la medida en que la sociedad cada vez está más sensibilizada con el mundo de las mascotas, el consumidor está cada vez más sensibilizado con la alimentación de su mascota. Por ello, “quiere saber más, es más exigente y la legislación y los fabricantes nos tenemos que ir adaptando a eso”.

Otro campo de colaboración que potencia Anfaac es el que tiene que ver con diferentes tipos de asociaciones, con asociaciones veterinarias, con los colegios veterinarios, con la Asociación Madrileña de Veterinarios de Animales de Compañía (Amvac), etcétera. La colaboración con toda la profesión veterinaria la ven como “un aspecto fundamental”.

La de la tenencia responsable es una parte muy importante de la actividad de Anfaac. Su área de Comunicación difunde los beneficios de la alimentación preparada, “que está pensada para mascotas y adaptada a sus necesidades nutricionales, en función de la especie”. Ahí los veterinarios tienen un papel muy importante. El área de Comunicación promueve el rol de las mascotas en la sociedad y la tenencia responsable. “Nosotros, como actor de este sector, en un sentido amplio, incluyendo veterinarios, incluyendo tiendas de ‘pet food’, está claro que intentamos promover, dentro de la opinión pública en general, cuáles son los beneficios de convivir con mascotas”, afirma. Al mismo tiempo, subraya, promueven “el que se haga de una manera responsable”.

Donde más pueden incidir es en que “la base para una vida saludable de una mascota es que la alimentación sea saludable, sea adecuada”. No obstante, intentan ir más allá, “porque este mundo de la tenencia responsable es multidisciplinar, influyen muchos actores”. “Cada uno podemos contribuir y, si sumamos, el impacto es mucho mayor. Es el objetivo del plan de tenencia responsable que ha promovido el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Nosotros desde el primer día hemos colaborado con el Ministerio aportando nuestra visión y seguiremos colaborando en la difusión de esta guía de buenas prácticas de tenencia responsable”, comunica. Repite que su razón de ser es la alimentación, que es la base del bienestar, pero que van más allá. Sobre los mensajes que deben de transmitir los veterinarios respecto a la alimentación, Bosch considera que “lo más importante es que hay que dar a cada animal una alimentación adecuada”. Según sus palabras, “no hay alimentos ni buenos ni malos, ni mejores o peores que otros”. Hay que seleccionarlos en función de la edad de la mascota, del tipo de vida que lleve y en función de patologías concretas como alergias o sensibilidades. Es lo que determina la alimentación más adecuada. “Como en todo, hay modas y a veces corremos el riesgo por dejarnos llevar por modas”, advierte. Recomienda al propietario preguntar al veterinario cuál es la mejor alimentación para su mascota en cada momento.

Respecto al IVA y a la petición del sector de pasar del tipo impositivo del 21% en el que se encuentra actualmente al tipo reducido del 10%, Bosch alega que “el tratamiento fiscal de la mascota, en general, debería tener en cuenta los beneficios que ésta aporta a la sociedad”. La postura de Anfaac es la de que las mascotas tienen un impacto muy positivo en la sociedad, “no sólo para las personas que viven con ellas”. Menciona que hay estudios en EE UU que demuestran que las personas que tienen mascota van menos al médico y que su gasto sanitario es menor. Otro ejemplo que pone es el de los beneficios que conllevan para la sociedad los perros guía o de asistencia. 🐾

## Una experiencia de 24 años en el sector de productos de gran consumo

**Jordi Bosch** fue elegido presidente de la patronal española del sector de alimentación para mascotas en la Asamblea General de Anfaac celebrada en Barcelona. Anteriormente, fue vicepresidente durante cuatro años. Es el director general de la multinacional Nestlé Purina PetCare en España desde 2013, la división de alimentos para mascotas del Grupo Nestlé. Lleva trabajando en Nestlé más de 17 años, en diferentes posiciones y países. Es licenciado en Ciencias Empresariales y Master en Administración y Dirección de Empresas por ESADE y cuenta con 24 años de experiencia en el sector de productos de gran consumo.